

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Persoalan krusial dalam memahami judul adalah terjadinya multi interpretasi terhadap subatansi maksud penulis. Oleh karena itu guna menghindari terjadinya pembiasan makna dalam ruang lingkup kesadaran pemaknaan, maka penulis merasa perlu memberikan diskripsi dan pembatasan yang terdapat dalam judul ini.

1. Depertemen Perindustrian

Depertemen Perindustrian adalah instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang peningkatan kualitas usaha ekonomi baik yang bersekala besar ataupun kecil.

2. Pengembangan

Kata pengembangan berasal dari kata dasar kembang mendapat awalan pe- dan akhiran – kan yang berarti membuat lebih¹. Dalam skripsi ini pengembangan mengandung arti bahwa industri konveksi akan dibuat lebih berkembang dari keadaan sebelumnya yang difokuskan dalam produksi, keuangan dan pemasaran.

¹ Badudun Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hlm. 1254.

3. Industri Konveksi

Secara bahasa industri adalah tempat untuk mengolah, menghasilkan barang dan mempunyai nilai tambah baik nyata atau abstrak². Sedangkan konveksi adalah hasil produk yang berbentuk garmen/pakaian. Dalam skripsi ini yang dimaksud dengan industri konveksi adalah pembuatan produk pakaian jadi yang bersekala kecil atau menengah.

Jadi yang dimaksud dengan judul tersebut adalah penelitian tentang peran serta Deperteman Perindustrian dalam pengembangan usaha konveksi atau pakaian jadi yang hanya dibatasi pada aspek produksi, keuangan serta pemasaran yang ada di Desa Majan Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung.

B. Latar Belakang Masalah

Sektor industri kecil memegang peranan penting dalam upaya untuk memberikan kontribusi yang positif pada pembangunan. Pembangunan yang terpusat dan tidak merata yang dilaksanakan selama ini yang hanya menguntungkan kemakmuran kelompok tertentu, berangkat dari kenyataan seperti ini, maka pemerintah haruslah kembali memperhatikan perekonomian rakyat khususnya sektor industri kecil dan benar-benar menunjukkan sikap “keberpihakan” pada rakyat karena memang Sistem Ekonomi Kerakyatan (SEK) telah terbukti survive menghadapi goncangan-goncangan krisis.

² *Ibid.*, hlm. 1232.

Sejarah telah membuktikan pula bahwa perekonomian rakyat ini telah menemukan cara-caranya sendiri untuk bisa bertahan menghadapi globalisasi yang keras dan semakin canggih.

Kendati demikian, laporan Bank Dunia, yang berjudul *Industrial Policy Shifting into High Gear*, menyimpulkan beberapa masalah struktural industri indonesia. *Pertama*, tingginya tingkat konsentrasi dalam perekonomian dan banyaknya monopoli, baik yang terselubung maupun yang terang-terangan, dan pasar yang diproteksi. *Kedua*, dominasi kelompok bisnis pemburu rente (rent-seeking) ternyata belum memanfaatkan keunggulan mereka dalam skala produksi dan kekuatan finansial untuk bersaing di pasar global. *Ketiga*, lemahnya hubungan intra industri, sebagaimana ditunjukkan oleh minimnya perusahaan yang bersifat spesialis, yang mampu menghubungkan klien bisnisnya yang berjumlah besar secara efisien. *Keempat*, Struktur industri Indonesia terbukti masih dangkal dengan minimnya sektor industri menengah. Kelima masih kakunya BUMN sebagai pemasok input maupun sebagai pendorong kemajuan teknologi. *Keenam*, Investor asing masih cenderung pada orientasi pasar domestik (*inward oriented*), dan sasaran usahanya sebagian besar masih pada pasar yang di proteksi³

Perhatian pemerintah untuk menumbuh kembangkan industri kecil dan kerajinan rumah tangga (IKKRT) setidaknya dilandasi oleh tiga alasan. *Pertama*, IKKRT banyak menyerap tenaga kerja. Kecendrungan banyak

³ Mudrajat Kuncoro, *Ekonomi Pembangunan*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2000), hlm. 310.

menyerap tenaga kerja. Kecendrungan banyak menyerap tenaga kerja umumnya banyak IKRT juga intensif dalam menggunakan sumber daya alam lokal. Apalagi lokasinya banyak di pedesaan, pertumbuhan IKRT akan menimbulkan dampak positif terhadap jumlah tenaga kerja, pengurangan jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan, dan pembangunan ekonomi di pedesaan. *Kedua*, IKKRT memegang peranan penting dalam ekspor non-migas, yang pada 1990 memegang US\$ 1.031 juta atau menempati ranking kedua setelah ekspor dari kelompok aneka industri. *Ketiga*, adanya urgensi untuk struktur ekonomi yang berbentuk piramida pada PJPT I menjadi semacam gunung pada PJPT II⁴. Pada dasar piramida didominasi oleh usaha skala menengah dan kecil yang beroperasi dalam iklim yang sangat kompetitif, hambatan margin rendah, margin keuntungan rendah dan tingkat drop-out tinggi. Bentuk “ideal” yang banyak disarankan adalah gunung, di mana : pada bagian atas adalah kelompok usaha besar yang memang memberikan kontribusi terbesar bagi perekonomian Indonesia tetapi proporsinya relatif lebih kecil dari pada kelompok menengah, dibagian tengah menunjukkan kelompok usaha menengah yang proporsinya terbesar dari struktur ekonomi nasional, sedangkan bagian bawah hanyalah sebagian kecil saja dari keseluruhan struktur ekonomi nasional.

Menurut undang-undang Republik Indonesia no. 9 tahun 1995, untuk meningkatkan potensi sekaligus daya saing industri kecil, maka pemerintah memberikan bantuan keuangan serta manajerial, bentuk bantuan tersebut

⁴ *Ibid.*, hlm. 312.

meliputi; pendanaan, prasarana, informasi, kemitraan, perijinan usaha, dan perlindungan (pasal 6 UU RI. th. 1995). Dari pemberian bantuan tersebut diharapkan akan meningkatkan kemampuan usaha industri kecil yang untuk kemudian dapat memperbaiki performa industri kecil itu sendiri.

Dari kedua bantuan yang dipadukan tersebut akan dapat mendorong dalam aktivitas strategi dan aktivitas operasional perusahaan/industri. Ketepatan pelaksanaan di antara keduanya akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan/industri. Tingkat kinerja perusahaan/industri akan lebih ditentukan oleh aspek manajemen produksi, pemasaran dengan dukungan permodalan tentunya.

Dalam upaya pengembangan perekonomian rakyat yang selaras dengan tujuan pembangunan nasional yang lebih dikenal dengan ekonomi kerakyatan, maka potensi industri kecil di Kab. Tulungagung yang cukup besar perlu untuk dikembangkan. Potensi industri kecil di Kab. Tulungagung ini bisa diperhatikan dari banyaknya unit industri kecil dan rumah tangga yang berada di wilayah ini dan tersebar sentra-sentra industri rakyat di berbagai penjuru kota. Salah satu dari sentra industri kecil rumah tangga ini adalah industri konveksi yang berada di Desa Majan Kec. Kedungwaru.

Produksi industri konveksi merupakan andalan bagi Kabupaten Tulungagung sebab pengelolaannya juga tidak lepas dari masalah keuangan, produksi, dan pemasaran. Sebenarnya yang dilakukan oleh pengrajin adalah peningkatan mutu untuk merebut pasar.

Keberadaan Para pengusaha industri konveksi di Desa Majan Kec. Kedungwaru Kab.Tulungagung, merupakan pengusaha yang otodidak mereka melakukan usaha ini hanya pindahan dari usaha industri batik yang terkena krisis ekonomi kemudian tidak bisa melanjutkan usaha industri batik, industri batik yang dulu dilakukan merupakan penghasilan pokok masyarakat setempat dan menjadi primadona kebanggaan kota tulungagung. Setelah mereka tidak bisa melanjutkan usaha batik kemudian mereka mencoba beralih ke usaha konveksi yang akhirnya hingga saat sekarang bisa menjadi pengganti usaha batik yang dulu pernah dilakukan, jadi dalam melaksanakan usahanya mereka tidak mempunyai skill khusus untuk mendesain suatu produk-produk baru mereka hanya mengikuti arus pasaran, hanya faktor sumber daya masyarakat setempat sangat menentukan dalam pencapaian keberhasilan serta aktivitas dan kreativitas sangat diperlukan dalam menumbuhkan produktivitas dalam mengembangkan industri konveksi agar bisa mandiri dan berdaya menuju ke kondisi yang lebih baik. Industri konveksi ini menjadi sumber utama penghidupan masyarakat setempat.

Melihat masih rendahnya tingkat profesionalisme para pengusaha konveksi yang ada di Desa Majan dalam teknis manajemen dan kewirausahaan, serta rendahnya kualitas produksi industri konveksi, terbatasnya modal yang dimiliki pengusaha konveksi masyarakat di Desa Majan, terbatasnya kemampuan SDM pengusaha konveksi terutama dibidang negoisasi pengembangan pemasaran, maka dibutuhkan peran instansi

pemerintah kususnya Disperindag untuk melakukan perubahan kearah perbaikan.

Disperindag Kab. Tulungagung memegang peranan penting terhadap UKM yang ada di Tulungagung kususnya pengusaha konveksi yang ada di Desa Majan. Melihat dari fenomena otonomi daerah yang berbasiskan pada keunggulan lokal, Disperindag berperan sebagai pendorong semangat untuk menumbuh kembangkan industri kecil menengah dan perdagangan yang berorientasi pada pasar global, Disperindag bisa menciptakan industri yang berkemampuan bertahan dan berdaya saing serta menyesuaikan diri dengan perkembangan lingkungan cepat.

Manusia hidup didunia diwajibkan untuk beribadah dan bekerja keras mencari karuniaNya. Sebagai seorang muslim kita dituntut agar tidak mementingkan atau mengutamakan kerja keras untuk kepentingan dunia saja atau akhirat saja, tetapi tengah-tengah antara keduanya, seperti dinyatakan dalam Al-Qur'an surat Al-Isro' ayat 12 Allah berfirman ;

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ آيَاتَيْنِ فَمَحْجُوتَا آيَةِ اللَّيْلِ وَجَعَلْنَا آيَةَ النَّهَارِ مُبْصِرَةً لِّبَسْغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ وَلَعَلَّكُمْ عَدَدَ السِّنِينَ وَالْحِسَابَ وَكُلَّ شَيْءٍ فَضَّلْنَاهُ تَفْصِيلًا (12)

Artinya; Dan Kami jadikan malam dan siang sebagai dua tanda, lalu Kami hapuskan tanda malam dan Kami jadikan tanda siang itu terang, agar kamu mencari kurnia dari Tuhanmu, dan supaya kamu mengetahui bilangan tahun-tahun dan perhitungan. Dan segala sesuatu telah Kami terangkan dengan jelas.⁵

⁵ Saleh ibn 'Abdul 'Aziz, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, (Madinah: Al-Mujamma', 1990) hlm. 424.

Serta dalam hadist dikatakan, yang artinya;

"Hai anakku bangunlah, sambutlah rizqi dari Rab-mu dan janganlah kamu tergolong orang yang lalai, karena sesungguhnya Allah membagi rizqi manusia antara terbitnya fajar sampai menjelang terbitnya matahari." (HR. Baihaqi).⁶

Jika kita tinjau pekerjaan dagang suatu bagian dari bisnis, maka pekerjaan dagang ini mendapat tempat terhormat dalam ajaran agama islam. Nabi Muhammad SAW, pernah ditanya ;

"Mata pencaharian apakah yang paling baik, Ya Rasulullah ? Jawab Beliau: Ialah seorang yang bekerja dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang bersih." (HR. A-Bazzar).⁷

C. Rumusan Masalah

Dari beberapa pengusaha industri konveksi yang ada Desa Majan Kec. Kedungwaru Kab.Tulungagung tentunya mempunyai tingkat kemampuan usaha yang berbeda-beda. Dimana dari tingkat usaha ini akan mempengaruhi kapasitas produksi, saluran distribusi, dan jumlah modal yang ada. Oleh karenanya pada penelitian ini dimaksudkan untuk melihat sampai sejauh mana peran Dinas Perindustrian dalam pengembangan industri konveksi yang ada di Desa Majan Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung.

Berdasar latar belakang masalah tersebut maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

⁶ Buchori Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: ALFABETA, 2004), hlm. 198.

⁷ *Ibid.*, hlm. 199.

1. Bagaimana peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam pengembangan usaha industri konveksi yang meliputi aspek produksi, keuangan, pemasaran, yang ada di Desa Majan Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung ?
2. Bagaimana respon masyarakat industri konveksi terhadap peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan?

D. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana Dinas Perindustrian dalam memperdayakan masyarakat industri konveksi di Desa Majan Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kemampuan usaha industri konveksi di Desa Majan Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keberhasilan usaha terhadap kapasitas produksi, pemasaran, dan jumlah modal pada masyarakat industri konveksi.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perguruan tinggi
 - a. Sebagai sumbangan pemikiran bagi perguruan tinggi dalam upaya melaksanakan Tri Dharma perguruan tinggi, sebagai wujud pengabdian kepada masyarakat.

- b. Memasyarakatkan pola pikir ilmiah kritis-analisis dikalangan civitas akademika.
- c. Sebagai dorongan bagi disiplin ilmu lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Bagi pemerintah

- a. Memberi masukan kepada pemerintah mengenai kondisi yang ada di masyarakat khususnya masyarakat di Desa majan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan untuk mengevaluasi kebijakan kebijakan yang telah dilakukan dan juga sebagai acuan dalam penetapan kebijakan baru.
- b. Bahan masukan bagi pemerintah berupa alternatif model pengembangan industri kecil yang menguntungkan bagi semua pihak.
- c. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah (*local government*) dalam menyusun kebijakan yang berkaitan dengan industri kecil dan kerajinan rumah tangga.

3. Bagi Masyarakat

- a. Menumbuh kembangkan semangat wirausaha di kalangan masyarakat.
- b. Sebagai bahan masukan bagi praktisi (Pelaku industri kecil dan kerajinan rumah tangga) dalam rangka mengembangkan usahannya

F. Landasan Teori

1. Pengertian Industri Kecil

Berbicara tentang industri kecil, sampai saat ini belum ada kesepakatan yang pasti tentang apa itu sebenarnya yang dimaksud dengan industri kecil. Namun guna menemukan batasan yang cukup jelas dalam

bab ini akan dipaparkan beberapa pengertian industri kecil dari para ekonom.

Definisi usaha kecil menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, dinyatakan bahwa: Usaha kecil (Industri Kecil) adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Menurut pasal 5 ayat 1, kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta , tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah)
- c. Milik warga negara indonesia
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar.
- e. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.⁸

Di Indonesia definisi industri kecil selalu timbul ketidaksamaan persepsi tentang siapa yang dimaksud dengan pengusaha / indusatri kecil. Biro pusat Statistik memberikan klasifikasi industri berdasarkan skala

⁸ Undang-undang Republik Indonesia, *Tentang Usaha Kecil Dirjen Pembinaan Pengusaha Kecil*, (Jakarta: Departemen Koperasi, Biro Bina Perekonomian, 1995), hlm. 75.

penggunaan tenaga kerjanya, yaitu: industri kecil memperkerjakan 5 sampai dengan 19 orang, industri menengah 20 s.d 99 orang dan lebih dari 100 orang dikelompokkan dalam industri besar, sementara industri rumah tangga adalah dengan tenaga kerja kurang dari 5 orang.⁹ Namun pada umumnya industri kecil mempunyai ciri-ciri tertentu, yaitu :

- a. Lahir dari nilai-nilai budaya setempat
- b. Merupakan usaha-usaha kekeluargaan
- c. Teknologi tersedia di tempat dan berorientasi pada pola tata nilai yang dimiliki.
- d. Hasilnya diperuntukkan bagi pasar setempat/lokal dan kemungkinan untuk keluar wilayah
- e. Dimiliki keluarga atau kelompok
- f. Pada umumnya berorientasi pada sumber yang dimiliki
- g. Untuk strata modern biasanya tumbuh karena pengaruh kegiatan yang berskala menengah dan besar
- h. Teknologi yang digunakan sesuai dengan persyaratan yang dimiliki¹⁰

Dari ciri-ciri tersebut di atas dapat dilihat bahwa sektor industri kecil ini mempunyai beberapa keuntungan dan sekaligus kerugian. Keuntungan industri kecil adalah sebagai berikut :

⁹ Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 314.

¹⁰ Wahyu Hidayatmoko, *Model Kewirausahaan*, (Malang: Universitas Brawijaya, 1990), hlm. 16.

- a. Pemilik merangkap semua fungsi manajerial seperti marketing, finance dan administrasi.
- b. Independen dalam penentuan harga produksi atas barang atau jasa-jasanya.
- c. Prosedur hukumnya sederhana.
- d. Perusahaan keluarga, di mana pengelolanya mungkin tidak mempunyai keahlian manajerial yang handal.
- e. Fleksibel terhadap bentuk fluktuasi jangka pendek.
- f. Diversifikasi usaha terbuka luas sepanjang waktu dan pasar konsumen senantiasa tergali melalui kreatifitas pengelola.

Sedangkan kerugiannya adalah :

- a. Kekurangan informasi bisnis, hanya mengacu pada intuisi dan ambisi pengelola, lemah dalam promosi.
- b. Sumber modal terbatas pada kemampuan pemilik.
- c. Terlalu banyak biaya-biaya yang diluar pengendalian serta utang yang tidak bermanfaat.
- d. Tidak memiliki perencanaan sistem jangka panjang.
- e. Pembagian kerja tidak profesional.
- f. Segala resiko ditanggung oleh pemilik.¹¹

¹¹ Harimurti Subanar, *Manajemen Usaha Kecil*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: PT.BPFE, 2002), hlm. 7-8.

2. Bentuk dan Jenis Usaha Kecil

Usaha kecil dapat digolongkan menurut bentuk dan jenisnya.

Bentuk usaha kecil dapat kita perinci menjadi dua golongan, yaitu;

a. Usaha perseorangan

Usaha persorangan bertanggungjawab pada pihak ke tiga yang dalam hal ini adalah konsumen dengan didukung dengan harta kekayaan perusahaan yang merupakan milik pribadi pengusaha yang bersangkutan. Usaha perseorangan ini lebih mudah didirikan, karena tidak memerlukan persyaratan dan prosedur yang rumit.

b. Perusahaan persekutuan

Usaha persekutuan ini merupakan bentuk kerjasama dari beberapa orang yang bertanggung jawab secara pribadi terhadap kewajiban-kewajiban persekutuannya.¹²

Jenis usaha kecil dapat kita golongkan menjadi empat macam yang antara lain:

a. Usaha perdagangan

Usaha perdagangan meliputi, *Keagenan*; pakian, sepatu, koran, majalah dan lain-lain. *Pengecer* ; beras, kebutuhan sehari-hari, dan buah-buahan. *Ekspor / Impor*, bisa terwujud produk lokal maupun internasional. *Informal* ; pengumpulan barang bekas, kaki lima dan lain-lain.

b. Usaha pertanian

¹² M. Tohar, *Membuka Usaha Kecil*, (Yogyakarta: kanisius, 2000), hlm. 75.

Usaha pertanian meliputi, *Pertanian*; bibit dan peralatan pertanian, buah-buahan, dan lain-lain. *Perikanan*; tambak udang, pembuatan krupuk ikan, dan produk lain dari hasil perikanan darat/ laut. *Peternakan*; Produsen telur ayam, susu sapi, produksi hasil peternakan, dan lain-lain.

c. Usaha industri

---Usaha industri meliputi, *Industri logam/kimia*; perajin logam, perajin kulit, fiberglass, marmer, dan lain-lain. *Makanan / minuman*; produsen makanan tradisional, minuman ringan, catering dan lain – lain. *Petambangan*; bahan galian, pengrajin perhiasan, batu-batuan, dan lain-lain. *Konveksi*; produsen garmen, batik, tenun ikat, dan lain-lain. *Usaha jasa* ; konsultan, perencana, transportasi, konstruksi, dan lain-lain.¹³

3. Peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan

Sumber pembangunan utama adalah informasi prakarsa yang kreatif yang tidak pernah habis, dan tujuannya untuk perkembangan manusia dalam arti aktualisasi yang optimal dari potensi manusia. Paradigma ini memberi peran kepada individu, bukan hanya sebagai subyek, tetapi sebagai pelaku (*aktor*) yang menentukan tujuan, menguasai sumber daya dan mengarahkan proses yang menentukan hidupnya. Oleh karenanya paradigma ini memberikan tempat yang penting bagi prakarsa

¹³ *Ibid.*, hlm. 76.

dan keanekaragaman lokal, serta pentingnya masyarakat lokal yang mandiri.

Di samping itu pemberdayaan masyarakat juga membutuhkan suatu pendekatan utama dalam masyarakat, dimana masyarakat tidak boleh dijadikan obyek dari berbagai proyek pembangunan, tetapi merupakan subyek dari upaya pembangunan itu sendiri, maka dikembangkanlah berbagai pendekatan yang mungkin dapat diterapkan dalam pemberdayaan masyarakat, yang antara lain : (a) upaya pemberdayaan masyarakat yang terarah (*targetted*) atau pemihakan kepada yang lemah atau miskin, (b) pendekatan kelompok, untuk memudahkan pemecahan masalah yang dihadapi bersama-sama, (c) pendampingan, selama proses pemberdayaan yang dilakukan dengan pembentukan kelompok masyarakat miskin yang dilakukan oleh pendamping (pendamping lokal, teknis dan khusus). Ia berfungsi sebagai fasilitator, komunikator atau pun dinamisor serta membantu kelompok mencari solusi atas masalah yang dihadapi.¹⁴ Maka peran status dan kewajiban Disperindag untuk meningkatkan kesejahteraan sebagai wujud pembangunan berwawasan nasional diantara lain adalah:

a. Pengembangan Industri Kecil

Sejalan dengan arus pemikiran global yang sangat berkembang, salah satunya adalah merupakan wujud dari pembangunan berkelanjutan yang menjadi isu penting menanggapi proses

¹⁴ Kartasasmita, *Pembangunan Untuk Rakyat ; Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, (Jakarta: Pustaka Cidesindo, 1996), hlm. 179.

pembangunan yang terus maju dan berkeadilan. Dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 181 disebutkan;

وَمِمَّنْ خَلَقْنَا أُمَّةً يَهْدُو رَبُّ بِالْحَقِّ وَيَبْغِيُونَ (181)

Artinya, “di antara orang-orang yang Kami ciptakan ada umat yang memberi petunjuk dengan hak, dan dengan yang hak itu (pula) mereka menjalankan keadilan.”¹⁵

Disinilah islam sangat memperhatikan adanya keadilan pemerataan pembangunan dalam berbagai sektor yang khususnya mencakup pengembangan usaha kecil. Dengan demikian dapat dikemukakan beberapa situasi yang merupakan perlunya upaya pengembangan usaha kecil sehingga memberikan kontribusi terhadap kepentingan nasional, beberapa situasi tersebut adalah :

- 1) Usaha kecil merupakan sumber kehidupan rakyat banyak. Dengan sifatnya yang tidak membutuhkan modal besar dan teknologi yang canggih, mengakibatkan usaha kecil menjadi sektor yang mudah dimasuki.
- 2) Usaha kecil tersebar merata ke pelosok-pelosok sehingga memiliki peran strategis dalam rangka pengembangan wilayah dan pemerataan perkembangan regional.

¹⁵ Saleh Ibn 'Abdul 'Aziz , *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Madinah: Al-Mujamma', 1990), hlm. 252.

- 3) Usaha kecil memiliki potensi yang besar sebagai penghasil barang dan jasa khususnya bagi masyarakat golongan menengah ke bawah.
- 4) Usaha kecil bersifat padat karya, sehingga dapat dijadikan katup penyelamat dalam penerapan tenaga kerja.
- 5) Pengetahuan dan ketrampilan yang dikuasai usaha kecil seringkali mengandung nilai-nilai budaya yang khas dan perlu dipertahankan.¹⁶

Untuk menumbuhkan kembangkan industri kecil yang ada di Indonesia maka pemerintah memberikan pembinaan sekaligus pendanaan terhadap industri kecil, hal ini adalah merupakan upaya pemerintah untuk menumbuhkan iklim usaha bagi usaha kecil yang ditetapkan dalam perundang-undangan dan kebijaksanaan meliputi aspek pendanaan, persaingan, prasarana, informasi, kemitraan, perijinan usaha dan perlindungan.¹⁷ Di mana dua upaya tersebut merupakan bantuan berbentuk modal maupun manajerial.

Melalui berbagai departemen, pemerintah melancarkan program-program pembinaan yang terpadu bagi perusahaan kecil, hal tersebut terbukti melalui pola kebijaksanaan dan pengembangan industri / usaha kecil sebagai berikut:

¹⁶ Hetifah Syaifuddin, *Strategi dan Agenda Pengembangan Usaha Kecil*, (Bandung: Akatiga, 1995), hlm. 23.

¹⁷ Undang-undang Republik Indonesia, *Op. Cit.*, hlm. 78.

- 1) Sistem keterkaitan bapak angkat-mitra usaha.
- 2) Penjualan saham perusahaan besar yang sehat kepada koprasa.
- 3) Mewajibkan BUMN menyisihkan dana pembinaan sebesar 1% - 5% dari keuntungan bersih.
- 4) Menugaskan lembaga perbankan mengalokasikan dana KUK dan koprasa sebanyak 20% dari portofolio kredit yang disalurkan.
- 5) Program peningkatan kemampuan usaha
- 6) Program pengembangan industri kecil untuk menunjang ekspor.
- 7) Program penciptaan / pengaturan iklim kerja sama.
- 8) Penyediaan centra industri kecil dan unit pelayanan teknis.¹⁸

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil yang dilakukan oleh pemerintah terutama ditujukan pada bidang-bidang berikut ini:

1) Produk dan pengolahan

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil di bidang produk dan pengolahan dilakukan dengan cara;

- a) Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengelolaan.
- b) Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan.
- c) Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana

2) Pemasaran

¹⁸ Hetifah Syaifudin, *Op. Cit.*, hlm 45.

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang pemasaran ini dilakukan dengan cara;

- a) Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran.
- b) Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran.
- c) Menyediakan sarana serta dukungan promosi dan uji coba pasar.
- d) Mengembangkan lembaga pemasaran dan jaringan distribusi.
- e) Memasarkan produk usaha kecil.

3) Sumber daya manusia

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang sumber daya manusia ini dilakukan dengan cara;

- a) Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan.
- b) Meningkatkan keterampilan teknis manajerial.
- c) Membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan, pelatihan, dan konsultasi usaha kecil.
- d) Menyediakan tenaga penyuluh dan konsultan usaha kecil.

4) Teknologi

Pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang teknologi ini dilakukan dengan cara;

- a) Meningkatkan kemampuan di bidang teknologi produksi dan pengendalian mutu.

- b) Meningkatkan kemampuan di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru.
- c) Memberikan insentif kepada usaha kecil yang menerapkan teknologi baru dan melestarikan lingkungan hidup.
- d) Meningkatkan kerja sama dan alih teknologi.
- e) Meningkatkan kemampuan memenuhi standarisasi teknologi.¹⁹

Faktor-faktor yang menjadi hambatan bagi perkembangan industri kecil ini antara lain : kekurangan modal, keluar masuknya tenaga kerja yang sudah mahir sangat tinggi, kurang tekun , kurang kreatif.²⁰

Usaha kecil yang telah diperdayakan oleh pemerintah dan berkembang menjadi usaha menengah masih bisa diperdayakan dan dikembangkan dalam jangka waktu paling lama tiga tahun.

b. Produksi

Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.²¹

1) Pengertian Produk

¹⁹ M.Tohar, *Op. Cit.*, hlm. 33.

²⁰ Seigel Sidney, *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Edisi Bahasa Indonesia, (Jakarta: Gramedia, 1986), hlm. 40.

²¹ M. Tohar, *Op. Cit.*, hlm. 43.

Apa yang dimaksud dengan produk menurut Philip kotler, (1997: 430) ialah; *A product that are anything that can be offered to a market to satisfy want or need*²². Artinya, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Mengenai istilah segala sesuatu ini adalah segala sesuatu yang melekat pada sesuatu barang sehingga mempunyai ciri khas terhadap barang tersebut.

Definisi lain yang lebih lengkap menurut W. J. Stanton, (1981:192) adalah, *A product is aset of tangible and intangible atributes, including, packaging, color, price, manufagturer's prestige, retailer's prestige, and manufacturere's, and reteiler's service, which the buyer may accept as offering want satisfaction*.²³

Artinya, yang dikatakan produk adalah separangkat atribut yang berwujud ataupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko, yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.

2) Pengembangan Produk

Proses pengembangan sangat penting bagi keberhasilan usaha kecil dalam jangka panjang. Oleh karena itu dengan adanya pengembangan produk berarti usaha kecil yang bersangkutan sudah

²² Buchori Alma, *Op.Cit.*, hlm. 162.

²³ Buchori Alma, *Op.Cit.*, hlm. 162.

memahami kebutuhan dan keinginan pembeli. Berhasil tidaknya perkembangan produk tergantung oleh tiga faktor, yakni : keberuntungan, keahlian, dan penafsiran terhadap informasi.

Pengembangan produk pada suatu perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai tahap. Tahap-tahap yang biasanya diikuti dalam pengembangan produk adalah adanya suatu ide, penyaringan ide, pengembangan ide, pembuatan percobaan, analisis usaha, percobaan penjualan di pasar.

Ada lima tahap siklus kehidupan produk mulai sejak produk itu diciptakan, diperkenalkan sampai produk tersebut mengalami kejenuhan, yang antara lain;

- a) Tahap introduksi
- b) Tahap pengembangan
- c) Tahap kematangan
- d) Tahap menurun
- e) Tahap ditingalkan²⁴

Pada permulaan produk diperkenalkan ke pasar, penjualan masih rendah karena pasar belum mengenal barang tersebut, tahap ini dinamakan tahap intruduksi dalam tahap ini perlu dilakukan strategi yang antara lain;

²⁴ Buchori Alma, *Op.Cit.*, hlm. 163.

- a) Berusaha selalu memperbaiki produknya.
- b) Menyebarkan barang sebanyak-banyaknya ke seluruh toko di seluruh daerah.
- c) Kemudian dilakukan *sell-out* dengan cara promosi di mass media secara gencar.²⁵

Kemudian setelah konsumen kenal maka akan banyak orang yang akan membeli, pasaran makin luas, omzet meningkat cepat. Dalam keadaan ini pengusaha harus menyebar luaskan barang-barangnya dan mengisi semua toko yang mungkin dapat menjual produknya.

Namun kemudian pasar menjadi jenuh dan timbul masa *maturity*. Konsumen merasa bosan, dan menunggu produk baru lagi. Dalam keadaan ini dapat melakukan strategi;

- a) Berusaha mencari segmen-segmen kecil yang belum terisi dengan harapan dapat menarik konsumen baru.
- b) Menciptakan produk dengan kemasan besar sehingga jumlah penjualan tetap meningkat.
- c) Memperbaiki penampilan produk dengan sesuatu yang baru, merubah desain, atau memperbaiki mutu.²⁶

²⁵ Buchori Alma, *Op.Cit.*, hlm. 164.

²⁶ Buchori Alma, *Op.Cit.*, hlm. 164.

Jika dalam melakukan strategi ini tidak berhasil maka akan timbul masa penurunan, strategi dalam masa penurunan ini adalah:

- a) Jika gejalanya parah maka anggaran promosi di stop.
- b) Pusatkan perhatian pada pasar yang masih ada harapan sedangkan pasar yang lain dihentikan.
- c) Strategi terakhir adalah menghentikan pasaran produk secara menyeluruh dan menciptakan produk baru untuk memulai masa introduksi kembali.²⁷

c. Keuangan.

Sebagai salah satu faktor yang menentukan kelangsungan hidup perusahaan, ketersediaan dana yang cukup harus diperhatikan. Dana diumpamakan seperti halnya darah yang mengalir dalam tubuh manusia, yang berperan penting dalam menentukan peran penting dalam menentukan tenaga, kemampuan bahkan kelangsungan hidup, manusia. Karena itulah dana memerlukan pengelolaan yang sebaik mungkin.

Secara umum sumber dana dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu sumber dana intern atau sumber dana yang berada di dalam perusahaan dan sumber dana extern atau sumber dana yang berada dari luar perusahaan.

²⁷ Buchori Alma, *Op.Cit.*, hlm. 165

1) Sumber Dana Intern

Sumber dana yang intern adalah dana yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan berasal dari dalam perusahaan yang berarti dana yang berasal dari kegiatan perusahaan itu sendiri. Sumber dana intern yang utama adalah *laba yang ditahan* (retained earnings) dan *akumulasi penyusutan* aktiva tetap yang dimiliki oleh perusahaan. Sumber dana yang kedua adalah cadangan penyusutan aktiva tetap setiap tahun

2) Sumber Dana Extern

Yang diartikan sebagai sumber dana dari luar adalah pembelanjaan yang menggunakan dana bukan dari kegiatan perusahaan, melainkan diambilkan dari pihak luar perusahaan. Dimaksud pihak luar ialah mereka yang meminjamkan uangnya kepada perusahaan yakni para kreditur seperti bank, asuransi, koperasi, dan sebagainya.

3) Pengelolaan Dana

Melihat besarnya peranan dana bagi perusahaan maka diperlukan pengelolaan (manajemen) yang baik dalam perusahaan. Pengelola dana harus memikirkan, mempertimbangkan, dan memilih kegiatan-kegiatan yang akan dibiayai serta mampu

memberikan prioritas pada kegiatan yang perlu didahulukan dengan berbagai alasan dan pertimbangan yang obyektif.²⁸

d. Pemasaran

1) Pengertian Pemasaran

Pemasaran didefinisikan sebagai semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien, dengan maksud untuk menciptakan permintaan pasar yang efektif. Pemasaran adalah suatu kegiatan yang produktif, karena dapat menciptakan barang-barang yang lebih berguna bagi masyarakat. Kegunaan yang diciptakan dalam kegiatan pemasaran adalah kegunaan waktu, tempat dan kegunaan karena hak milik²⁹

Pemasaran juga dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen yang sering berubah setiap saat.

Adapun pengertian menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh Herujati adalah: "Pemasaran adalah suatu proses sosial dengan nama individu dan kelompok mendapatkan

²⁸ Drs. Marwan Asri, SW, MBA. & Drs. Jhon Suprihanto, *Manajemen Perusahaan*, (Yogyakarta : BPFE, 1986), hlm. 99.

²⁹ A.S Nitisemito, *Marketing*, (Jakarta Timur: Ghalia Indonesia, 1981), hlm. 62.

apa yang mereka butuhkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya”.³⁰

Sedangkan menurut Wiliem J. Stanton yang disadur oleh Basu Swasta DH, pengertian pemasaran adalah : “Suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”.³¹

Menurut Soekartawi analisa Return to Total Capital merupakan perbandingan antara pendapatan bersih yang dikurangi nilai kerja keluarga, dengan total modal. Return to Total Capital digunakan untuk mengetahui besarnya nilai imbalan dari seluruh modal usaha yang tertanam pada perusahaan tersebut dari besarnya dinyatakan dalam persen³². Pendapatan bersih adalah kelebihan seluruh penerimaan atas seluruh pengeluaran yang dinyatakan dalam bentuk uang.³³

2) Konsep Pemasaran.

³⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jilid ke dua, (Jakarta: Erlangga, 1989), hlm. 5.

³¹ Basu Swastha D.H. dan Ibnu Sukotjo, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke dua, (Yogyakarta: Liberty, 1990), hlm. 5.

³² Soekatawi, *Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas*, (Jakarta: Rajawali Press, 1990), hlm. 41.

³³ Soetrisno, *Pengusahaan Perikanan*, (Jakarta: Direktorat Jendral Perikanan. Departemen Pertanian, 1993), hlm. 74.

Seperti diketahui bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang amat penting dalam operasional suatu bisnis. Tidak peduli apakah bisnis tersebut bergerak dalam sektor industri kecil, tingkat menengah, ataupun besar pemasaran menempati urutan yang paling utama.

Ini bukan berarti bagian-bagian lain dalam suatu perusahaan tidak penting, semua bagian adalah penting tetapi bagian utama adalah bagian pemasaran yang akan berhadapan langsung dengan publik, yang sangat menentukan keberhasilan/kegagalan suatu usaha.

Untuk itu didalam setiap kegiatan bisnis seorang pengusaha harus memperhatikan konsep AIDA + S.

AIDA + S merupakan singkatan dari:

A = Attention (Perhatian)

B = Interest (Minat)

D = Desire (Keinginan yang tinggi)

A = Action (Tindakan)³⁴

Konsep ini berlaku untuk setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh pengusaha yang dapat menarik konsumen/langganan. Misalnya kegiatan membuat suatu produk yang memuaskan

³⁴ Buchori Alma, *Op. Cit.*, hlm. 141.

konsumen, kegiatan melayani konsumen pada sebuah pertokoan atau kegiatan lainnya.

Tujuan dari konsep pemasaran khususnya konsep ini adalah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas maka dia akan kembali lagi untuk pembelian ulang, akan tetapi jika konsumen tidak puas maka dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan akan memberikan reaksi negatif serta akan menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarga, sahabat, dan yang lainnya sehingga pemasaran produk tidak mencapai sasaran.

3) Pendistribusian

Pendistribusian barang dari produsen sampai ke konsumen mempunyai tipe-tipe saluran distribusi sebagai berikut:

a) Produsen-Konsumen

Saluran ini bisa disebut sebagai saluran distribusi langsung. Saluran ini biasanya dipakai oleh produsen apabila transaksi penjualan cukup besar.

b) Produsen - Agen - Distributor - Konsumen

Saluran ini dimaksudkan bahwa produsen tidak melayani penjualan langsung terhadap pemakai industri, tetapi pemakai industri dilayani oleh distributor industri.

c) Produsen-Agen-Konsumen

Biasanya produsen menggunakan saluran ini karena tidak mempunyai departemen pemasaran, juga saluran ini tidak

dipergunakan dalam rangka memperkenalkan produk baru atau memasuki daerah pemasaran baru.³⁵

4) Rencana Pemasaran

Namun demikian, kalau diteliti lebih dalam, eksistensi usaha kecil masih cukup besar dan masih sangat potensial. Faktor-faktor yang dapat menyumbang kepada keberhasilan industri kecil antara lain :Adanya pasar yang menarik, kompatibilitas, keefektifan, kewirausahaan dan pengalaman. Keberhasilan industri kecil juga sangat dipengaruhi oleh perencanaan yang meliputi tiga unsur perencanaan strategis:

- a) Perencanaan Pasar, yang berkaitan dengan : siapa yang akan membeli produk, sampai seberapa keberhasilannya, berapa macam yang akan dibeli, apakah ada persaingan bagaimana pelanggan, dll.
- b) Perencanaan Modal / Uang, yang berkaitan dengan : untuk membeli peralatan dan bahan mentah, untuk membayar upah, sewa atau biaya-biaya lain, dari mana sumbernya, berapa jumlah yang diperlukan, kapan tersedia dana, apakah jumlahnya mencukupi, dan apakah usaha ini cukup menghasilkan laba untuk menutupi resikonya.

³⁵ Basu Swastha DH dan Ibnu Sukotjo, *Op. Cit.*, hlm.202

- c) Motivasi yang berkaitan dengan : bagaimana menjaga situasi ketika keberhasilan usaha belum pasti, meningkatkan semangat kerja dan optimisme akan keberhasilan yang akan dicapai.³⁶

Dalam menjalankan aktifitasnya setiap perusahaan/industri kecil harus merumuskan suatu rencana usaha yang akan dilakukan agar mendapatkan hasil dengan memuaskan. Rencana yang dibuat harus mencakup keseluruhan dan terperinci secara efisien dan efektif.

Agar tujuan penjualan / pemasaran berhasil dengan baik, sebaiknya perusahaan/industri kecil dalam penyusunan perencanaan didasarkan kepada tiga cara pendekatan, yang meliputi;

- a) *Extraplative Planing*

Didalam *extraplative planing*, manajer harus mempertimbangkan strategi yang sedang dilakukan serta memperkirakan laba dengan tingkat penjualan produknya.

- b) *Optimizatio Planing*

Didalam *optimizatio planing*, manajer harus mempertimbangkan strategi alternatif utama dan mempunyai pengaruh yang kuat terhadap laba yang diinginkan oleh perusahaan. Disini pimpinan perusahaan memiliki kesempatan

³⁶ Steinhoff dan F. Burgess, *Small Business Management Fundamentals*, (United States: Mc. Graw-Hil Book Co, 1989), hlm. 52.

untuk meningkatkan omset penjualan produknya dan dapat menanamkan investasi dimasa yang akan datang.

c) Goal Planing

Didalam *goal planing*, manajer selalu mempertimbangkan strategi alternatif utama dalam mencapai laba dan peningkatan omset penjualan produknya.³⁷

Agar perusahaan mendapatkan hasil seperti yang diharapkan maka suatu strategi, menurut Jauch dan Gluech menyatakan bahwa :

*“Strategi adalah rencana yang disatukan dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan serta peluang lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi”*³⁸

Tujuan penyusunan strategi adalah membuat seperangkat keputusan yang paling baik dari penggunaan sumber-sumber yang terbatas dan dalam lingkungan yang berubah-ubah.

Dari definisi yang disebutkan di atas, dapat dikatakan bahwa proses manajemen strategik adalah cara di mana perencanaan strategi menentukan kekuatan, dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, serta melihat peluang dan tantangan yang berasal dari lingkungan eksternal sehingga dijadikan acuan untuk menentukan sasaran dan mengambil keputusan. Proses manajemen strategi mempunyai elemen-elemen yang

³⁷ Siegel Sidney, *Op. Cit.*, hlm. 125.

³⁸ Jauch dan Gluech, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi Kedua, (Jakarta: Erlangga, 1993), hlm. 8.

terdiri dari analisis dan diagnosis, pilihan, pelaksanaan, dan evaluasi terhadap implementasi dari strategi tersebut.

Usaha kecil merupakan cerminan kekuatan atau mungkin kelemahan dari suatu organisasi perusahaan itu sendiri, dan mencerminkan kemampuan manajemen untuk mengelola perusahaan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam jangka pendek ini, dalam hal ini, juga dapat menunjukkan kekuatan sumber daya meliputi segala aspek material maupun non material yang dimiliki oleh perusahaan dalam menjalankan usaha dan fungsinya untuk memproduksi dan berkomersial yang terdiri dari kemampuan usaha, optimalisasi proses produksi, mengadakan ekspansi pasar serta pengelolaan keuangannya.

Manajemen usaha /industri kecil biasanya sangat sederhana namun mempunyai keunikan tersendiri yang sering kita jumpai di beberapa daerah di Indonesia termasuk industri kecil yang berada di Desa Majan Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung.

G. Metode Penelitian

Untuk memperoleh hasil yang sempurna dalam suatu penelitian ilmiah diperlukan metode yang mendukung. Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penentuan Subyek dan Obyek Penelitian.

Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan di kancah (medan) terjadinya

gejala-gejala.³⁹ Adapun yang menjadi subyek penelitian dalam hal ini adalah : Petugas Departemen Perindustrian Kabupaten Tulungagung dan para pengusaha konveksi yang ada di Desa Majan Kec.Kedungwaru Kab. Tulungagung. Sebagai obyek penelitiannya adalah pelaksanaan kegiatan pengembangan usaha konveksi yang berupa keuangan (permodalan), produksi, pemasaran.

2. Daerah Penelitian

Daerah penelitian direncanakan berada di desa Majan yang berada di wilayah Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. dipilihnya daerah penelitian ini karena di Desa ini mayoritas masyarakatnya adalah pengusaha konveksi yang sebenarnya cukup potensial untuk dikembangkan lebih lanjut.

3. Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Untuk memperoleh data yang diharapkan dalam penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

a. Interview

Interview adalah suatu metode pengumpulan data dengan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penelitian.⁴⁰ Komunikasi ini selain dilakukan dalam keadaan

³⁹ Sutrisno Hadi, *Metedologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penelitian Fakultas UGM, 1988), hlm. 136.

⁴⁰ *Ibid.*, hlm.193.

secara berhadapan, biasa juga komunikasi melalui telpon.⁴¹ Pertanyaan-pertanyaan tersebut telah disusun terlebih dahulu, kemudian yang menjadi sumber informasi adalah pengusaha konveksi di Desa Majan dan Petugas Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung. Dengan cara ini penulis ingin mendapatkan informasi atau data untuk menjawab masalah penelitian yang yang tidak dapat diperoleh dengan metode pengumpulan data lainnya.⁴²

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap gejala-gejala sebyek yang diselidiki dengan maksud untuk meyakinkan kebenaran yang diperoleh dari wawancara.⁴³ Untuk pengumpulan data digunakan metode observasi partisipan. Observasi dilakukan pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung dan Pengusaha Konveksi di Desa Majan yang menyangkut dalam hal produksi, keuangan serta pemasaran.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah laporan tertulis dari suatu peristiwa yang isinya terdiri dari penjelasan dan pemikiran terhadap peristiwa itu, dan ditulis dengan sengaja untuk menyimpan/meneruskan kekurangan

⁴¹ Nasution, *Op. Cit.*, hlm. 113.

⁴² Rinto Adi dan Heru Prasedja, *Langkah-langkah Penelitian Sosial*, (Jakarta: Arcan, 1991), hlm.73.

⁴³ Sutrisno Hadi, *Op. Cit.*, hlm.136.

mengenai suatu peristiwa.⁴⁴ lebih tegas lagi dikatakan bahwa metode dokumentasi adalah usaha untuk memperoleh data yang terkait dengan penelitian melalui catatan buku, transkrip surat kabar, notulen rapat dan sebagainya.⁴⁵ Dokumentasi yang digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari interview dan observasi menggunakan dokumentasi rencana strategik dan akutanbilitas kinerja pemerintah dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Tulungagung.

4. Metode Analisa

Analisa data merupakan kegiatan atau proses penelitian yang menunjukkan adanya pengorganisasian data ke dalam suatu susunan tertentu dalam rangka menginterpretasikan data lebih tajam. Adapun dalam penelitian ini, metode analisa yang digunakan adalah deskritif kualitatif, yaitu suatu metode yang lebih menghasilkan data-data deskritif dilapangan berupa lisan atau kata-kata tertulis dari orang-orang yang diamati,⁴⁶ berdasarkan observasi partisipan atau kata-kata tertulis dari orang-orang yang terkait dalam penelitian dilapangan kemudian dibuat laporan dan laporan tersebut direduksi, dipilih bagian-bagian yang penting dengan penelitin kemudian melahirkan uraian dan penafsiran (interpretasi) yang bermanfaat.

⁴⁴ Winarno Surakhmad, *Pengantar Metodologi Ilmiah*, (Bandung: CV. James, 1990), hlm. 34.

⁴⁵ Moh Nazir, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 188.

⁴⁶ Lexi J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), hlm.136.w

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Desa Majan Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung dan pembahasan yang diuraikan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Keberadaan industri kecil usaha konveksi ini memiliki peranan yang strategis dimana merupakan faktor kunci bagi penyerapan tenaga kerja yang berada di Desa Majan dan sekitarnya sehingga memungkinkan terjadinya pusat pengembangan ekonomi di desa tersebut yang membantu menciptakan kondisi keamanan atau stabilitas politik dan sosial.
2. Peranan Disperindag sebagai fasilitator pendamping dalam proses pemberdayaan melalui pembinaan dan pengembangan industri kecil pengusaha konveksi dengan memberikan kesempatan, dukungan dan perlindungan bagi pengusaha semakin dapat membangkitkan semangat dan meningkatkan kemampuan pengusaha dalam memproduksi dan mengembangkan usahanya.
3. Proses pemberdayaan pengusaha konveksi melalui upaya Disperindag dengan pemberian bantuan perangkat lunak (*soft ware*) dan perangkat keras (*hard ware*) sesuai dengan kendala-kendala yang dihadapi pengusaha sehingga dapat membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi pengusaha tersebut dan meningkatkan produktivitasnya.

4. Upaya Disperindag dalam proses pemberdayaan pengusaha konveksi tersebut ternyata juga direspon secara positif oleh para pengusaha konveksi. Hal ini nampak dari semangat yang tinggi dari pengusaha untuk mengoptimalkan potensi dirinya dengan keuletan, ketekunan, dan kesabarannya dalam mengembangkan usahanya yang salah satunya diwujudkan melalui keaktifannya hadir dalam mengikuti berbagai penyuluhan yang diberikan oleh Disperindag, meskipun penyuluhan tersebut waktu pelaksanaannya adalah antara pukul 09.00 WIB s/d 12.00 WIB.

B. Saran - saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Keberpihakan Pemerintah Kab. Tulungagung dalam pembinaan dan pengembangan industri kecil pengusaha konveksi sebaiknya dikembangkan terus. Sebab jika pengusaha konveksi ini dibina dan dilindungi akan dapat memberikan sumbangan konstruktif bagi pembangunan di daerah melalui kontribusinya terhadap penambahan penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD).
2. Peranan Disperindag dalam pembinaan dan pengembangan industri kecil pengusaha konveksi ini hendaknya dilakukan melalui model pendampingan. Dengan model ini pihak pembina aktif hadir di lokasi pengusaha dengan memberikan bantuan langsung yang bersifat praktek,

misalnya pembukuan sederhana, perbaikan kualitas produk, menciptakan desain dan sebagainya. Disamping itu didukung oleh kegiatan konsultasi diluar jam kerja. Hal ini dimaksudkan agar transfer ketrampilan lebih efektif.

3. Dalam rangka membantu pemenuhan modal kerja bagi industri kecil pengusaha konveksi Disperindag tidak harus memberikan bantuan dalam bentuk financial, tetapi dapat berperan sebagai lembaga penjamin bagi kebutuhan finansial usaha tersebut. Hal ini dapat dilakukan melalui kerjasama dengan lembaga keuangan, pemerintah daerah memberikan jaminan terhadap industri kecil pengusaha konveksi tersebut yang membutuhkan bantuan pinjaman modal kerja.
4. Dalam rangka ikut membantu mempromosikan produk yang dihasilkan pengusaha konveksi ini, maka Disperindag hendaknya menyediakan lokasi sebagai sarana promosi dan penjualan produk tersebut agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Lokasi ini hendaknya mudah dijangkau dan relatif tidak jauh dari pusat-pusat keramaian. Seperti diketahui bahwa pelaksanaan promosi ini tidak dapat hanya dilakukan sekali dalam setahun melalui pameran saja tetapi harus berulang dan terus menerus sampai sasaran promosi tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Aziz Ibn Saleh, *Al Qur'an dan terjemahannya*, Madinah, Al-Mujamma', 1990.
- Alma, Buchori, *Kewirausahaan*, Bandung, ALFABETA, 2004.
- A.S Nitisemito, *Marketing*, Jakarta Timur, Ghalia Indonesia, 1981.
- Basu Swastha D.H. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Ke Dua, Yogyakarta, Liberty, 1990.
- Disperindag Tulungagung, *Akutanbilitas Kinerja Instansi Pemerintah*.
- Disperindag Tulungagung, *Rencana strategis*.
- Jauch dan Gluech, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, Edisi Kedua, Jakarta, Erlangga, 1993.
- Kartasasmita, *Pembangunan Untuk Rakyat; Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, Jakarta, Pustaka Cidesindo, 1996.
- Kuncoro, Muderajat, *Ekonomi pembangunan*, Yogyakarta, UPP AMP YKPN, 2000.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jilid ke dua, Jakarta, Erlangga, 1989.
- Lexi J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosda Kerya, 2002
- Marwan, Asri, & Suprihanto, Jhon, *Manajemen Perusahaan*, Yogyakarta, BPFE, 1986
- Moko, Wahyudiyat; *Model Kewirausahaan*, Universitas Brawijaya Malang, 1990.
- Nasution, *Metode Research*, Jakarta, Bumi Aksara, 1996.
- Rinto, Adi dan Heru, Prasedja, *Langkah-langkah penelitian sosial*, Jakarta, Arcan, 1991.
- Surakhmad, Winarno, *Pengantar Metodologi Ilmiah*, Bandung, CV. James, 1990
- Sutrisno, Hadi, *Metedologi Research*, Yogyakarta, Yayasan Penelitian Fakultas UGM, 1988
- Soekatawi, *Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi*, Cobb-Douglas, Jakarta, Rajawali Press, 1990.

Soetrisno, *Pengusahaan Perikanan*, Jakarta, Direktorat Jendral Perikanan Departemen Pertanian, 1993.

Subanar, Harimurti, *Manajemen Usaha Kecil*, Edisi Pertama, Yogyakarta, PT.BPFE, 2002.

Syarifudin, Hanafiah, *Strategi dan Agenda Pengembangan Usaha Kecil*, Akatya, Bandung, 1995.

Seigel, Sidney, *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta. Gramedia, 1986.

Steinhoff dan F. Burgess, *Small Business Management Fundamentals*, Mc. Graw-Hill Book Co, United States, 1989.

Swastha, Basu,D.H. dan Sukotjo, Ibnu, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke dua, Yogyakarta, Liberty, 1990

Tohar, M, *Membuka Usaha Kecil*, Yogyakarta, Kanisius, 2000.

Zain, Badudun, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 1996.

_____ ; *Undang-undang Republik Indonesia Tentang Usaha Kecil*, Dirjen Pembinaan Pengusaha Kecil; Departemen Koperasi; Biro Bina Perekonomian; Jakarta. Tahun. 1995.